

EGÉSZSÉGFEJLESZTŐ KIADVÁNY DOHÁNYZÁSELLENES KÉPEINEK SZEMMOZGÁSKÖVETŐ VIZSGÁLATA

Maródi Ágnes *, Steklács János **

** SZTE Neveléstudományi Doktori Iskola*

*** Kecskeméti Főiskola*

Kulcsszavak: dohányzásellenes képek; figyelmeztető címke; szemmozgáskövető vizsgálat

Az egészségfejlesztést célzó kiadványok elsősorban a fiatalok egészséges életmódra nevelésével foglalkoznak, és kiemelt szerep jut a dohányzásprevenciónak, mivel a dohányzás a második vezető halálok a világon. A cigarettacsomagolásokon szinte minden joghatóság egészségi figyelmeztetéseket helyez el a fogyasztók tájékoztatására a dohányzás kockázatairól. A cigarettákon található grafikus figyelmeztető címkék elősegítik, hogy a dohányosok jobban emlékezzenek a dohányzás egészségügyi kockázataira (Strasser és mtsai, 2012). Hatékonyságuk függ a figyelmeztetés méretétől, helyzetétől és megjelenésétől is.

A grafikai figyelmeztetések hatékonysága különböző módon mérhető, például észrevet-e és elolvasta-e a figyelmeztetéseket, változott-e a dohányos egészségügyi ismerete és kockázati megítélése, szándékában áll-e leszokni, illetve változtatott-e a fogyasztási szokásaiban. Azonban az eredményeket befolyásolják az egyéni tényezők is, például a dohányos társadalmi-gazdasági háttere és a környezeti változók (Hammond és mtsai, 2007). A hatékonyság előmozdítása érdekében olyan címkékre van szükség, amelyek a fiatal generáció számára relevánsak és figyelembe veszik a nemek közötti különbségeket is (Koval és mtsai, 2005). Vizsgálatok igazolják, hogy a színes képek jobban motiválják a dohányosokat a leszokásban, illetve a nem dohányzókat a rászokás megelőzésében, mint a szöveges üzenetek, mivel azokra is hatást gyakorolnak, akik a szöveges elrettentő üzeneteket nem tudják elolvasni (alacsony szintű olvasási képességük vagy a szöveg kis mérete miatt), így már egészen fiatal korban is hatékony (Hammond, 2009). Egyes tanulmányok szerint figyelmeztetésnek olyan képeket érdemes választani, ami félelmet ébreszt, mert olyan motivációs tényezőt jelentenek, amelynek hatására növekszik a dohányzásról való leszokás esélye (Hammond, 2004), illetve megakadályozza a dohányzásra történő rászokást.

Több dohányzásellenes képet szemmozgáskövető módszer segítségével is megvizsgáltak, ahol a vizsgálatban részt vevő személyeknek cigarettareklámok változatait mutatták be. Az egyik reklámképen csak szöveges üzenettel találkozhattak a résztvevők, míg a másik dohányzásellenes képeket is tartalmazott. A vizsgálat alapján magasabb (83%-os) volt a reklámok figyelmeztetéseinek felidézési aránya, amikor az egészségre káros hatásokat képekkel is alátámasztották (Strasser és mtsai, 2012). Vizsgálatunkban egy, az OFI által 2007-ben kiadott egészségfejlesztő kiadvány dohányzásellenes képeinek hatékonyságát mérjük fel szemmozgáskövető módszer és kérdőív segítségével. Felmérésünk célja, hogy megtudjuk, hogyan hatnak a tanulókra a kiválasztott dohányzásellenes képek és szövegek. Feltételezésünk szerint csak a félelmet ébresztő képek rendelkeznek olyan hatóerővel, amely arra motiválja a fiatalokat, hogy letegyék a cigarettát.